

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi pada J.CO Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :
Syam Ayu Febrianingrum
NIM. 06408144002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada J.CO Donut & Coffee Plaza Ambarukmo Yogyakarta)” yang disusun oleh Syam Ayu Febrianingrum, NIM 06408144002 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 10 Maret 2013

Disetujui,
Pembimbing,

M. Lies Endarwati, M.Si
NIP. 19610711 198812 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada JCO Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo Yogyakarta)” yang disusun oleh Syam Ayu Febrianingrum, NIM 06408144002 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 28 Maret dan dinyatakan Lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Nurhadi, MM	Ketua Penguji		24/04/13
M. Lies Endarwati, M.Si	Sekretaris Penguji	
Arum Darmawati, MM	Penguji Utama	

Yogyakarta, 26.04. 2013

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si

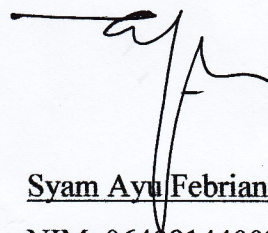
NIP.19550328 198303 1 002

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan yang mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 23 Maret 2013
Yang menyatakan,



Syam Ayu Febrianingrum
NIM. 06408144002

Motto

“Don’t be so quick to give up, the beginning is always the hardest”

“ it always seems impossible, until it’s done”

-Nelson Mandela-

“Success isn’t something that just happens- success is learned, success is practiced and then it is shared.”

-Oprah-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku, Bp. Bambang Irianto., B.Sc dan Dra. Titik Samsinah, kedua adikku Elok Novita Pramunti dan Bagus Suryo Kusumo. Juga untuk yang terkasih Daniel Pamungkas dan seluruh keluarga besarku.

**Love,
Ayu**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT, atas segala rahmat dan karuniaNya yang memberikan kesehatan dan hikmat kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada JCO Donut & Coffee Plaza Ambarukmo Yogyakarta)”, disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Fakultas Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

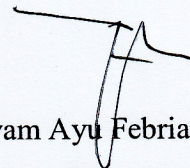
1. Dr. Sugiharsono., M.Si, Dekan FE UNY yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
2. Wakil Dekan I FE Prof. Dr Moerdiyanto., M.Pd, M.M yang telah banyak membantu dalam segala hal dan motivasi, sehingga penulis bisa menyelesaikan program studi S1.
3. Ibu Lies Endarwati., M.Si sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan banyak memberikan bimbingan serta saran kepada penulis sejak awal penelitian sampai selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Nurhadi., M.M selaku ketua penguji yang telah memberikan bantuan dan saran-saran serta arahan selama ujian pendadaran.
5. Ibu Arum Darmawati., M.M selaku penguji utama yang telah memberikan masukan dan saran-saran hingga selesainya skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pegawai Jurusan Manajemen FE UNY yang sudah membantu penulis selama menempuh pendidikan selama di UNY.
7. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bp. Ado Ria Antisto dan keluarga yang mana telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di J.CO Donuts & Coffee AMPLAS Yogyakarta tersebut

8. Terima kasih juga disampaikan penulis kepada teman-teman sejawat program studi Manajemen yaitu Shakti, Unyil, Bendot, Putri, Gilang, Kirun, A.Rifki, Iman, ghazela serta teman-teman yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
9. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman Adhel, Uchi, Iqbal, Mas P-Man, Mbak Menox, Mas Andre, Egi, Mbak Lusi, Shanti atas semangatnya dan dorongannya.
10. Yang terakhir penulis berterimakasih kepada keluarga besar RnB Grill Yogyakarta yang telah memberikan waktu dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari masih banyak kelemahan baik dari segi isi maupun tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Kiranya isi skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya khasanah ilmu pendidikan dan juga dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat meneliti hal yang sama.

Yogyakarta, 23 Maret 2013

Penulis,



Syam Ayu Febrianingrum

NIM. 06408144002

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA JCO DONUT & COFFEE
PLAZA AMBARUKMO YOGYAKARTA)**

ABSTRAK

Oleh

Syam Ayu Febrianingrum
NIM. 06408144002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pelaksanaan *store atmosphere* pada J.CO Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo Yogyakarta, (2) bagaimana keputusan pembelian konsumen pada J.Co Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo, dan (3) pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada konsumen J.CO Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo.

Desain penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen JCO Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo, Yogyakarta pada bulan November - Desember 2012. Teknik pengambilan sampel dengan *Propotional sampling*. Teknik analisis data menggunakan teknik uji Regresi Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tanggapan konsumen terhadap *store atmosphere* yang ada di J.CO Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo Yogyakarta ditinjau dari sub variabel *exterior* dalam kategori rendah, *interior* dalam kategori sedang, *store layout* dalam kategori sedang, *interior pop display* dalam kategori sedang, sedangkan keputusan pembelian dalam kategori sedang, (2) *Exterior* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,179, nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,976 (df=141), dan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$; (3) *Interior* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,148, nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,976 (df=141), dan nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$; (4) *Store layout* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,347, nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,976 (df=141), dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$; (5) *Interior pop display* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,324, nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,976 (df=141), dan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$; dan (6) *Store Atmosphere* yang terdiri atas *exterior*, *interior*, *store layout*, dan *interior pop display* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung F tabel ($36,402 > 2,43$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci: *Store Atmosphere* dan keputusan pembelian

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	10
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Pemasaran.....	10
2. <i>Retailing</i>	14
3. <i>Store Atmosphere</i>	21
4. Perilaku Konsumen	28
B. Penelitian Relevan.....	40
C. Kerangka Pikir	42
D. Paradigma Penelitian	46
E. Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Desain Penelitian	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
C. Variabel Penelitian	48
D. Definisi Operasional.....	49

E. Populasi dan Sampel Penelitian	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....,	53
G. Instrumen Penelitian.....	54
H. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	56
I. Teknik Analisis Deskriptif.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Hasil Penelitian	65
1. Analisis Deskriptif	65
2. Uji Prasyarat Analisis.....	73
3. Pengujian Hipotesis.....	76
B. Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Keterbatasan Penelitian.....	92
C. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perhitungan Sampel dengan <i>Proportional Sampling</i>	52
2. Instrumen Penelitian.....	54
3. Hasil Uji Validitas	58
4. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	59
5. Hasil Uji Reliabilitas... ..	60
5. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
6. Karakter Responden Berdasarkan Tingkatan Usia.....	66
7 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	67
7. Hasil Kuesioner Dimensi <i>Exterior</i>	68
8. Hasil Kuesioner Dimensi <i>Interior</i>	69
9. Hasil Kuesioner Dimensi <i>Store Lay Out</i>	70
10. Hasil Kuesioner Dimensi <i>Interior POP Display</i>	71
11. Hasil Kusioner Proses Keputusan Pembelian	72
12. Hasil Uji Normalitas	74
13. Hasil Uji Linearitas	74
14. Hasil Uji Multikolinieritas	75
15. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	76
16. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar <i>The Four P of Marketing</i>	14
2. Gambar Elemen-elemen <i>Store Atmosphere</i>	23
3. Gambar Proses Perilaku Pembelian	29
4. Gambar Model Perilaku Pembelian	36
5. Gambar Proses Keputusan Pembelian	36
6. Gambar Pardigma Penelitian	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	96
Lampiran 2 Lampiran.....	102
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	103
Lampiran 4 Data Penelitian.....	108
Lampiran 5 Data Kategorisasi.....	114
Lampiran 6 Data Karakteristik Responden	120
Lampiran 7 Rumus Perhitungan Kategorisasi.....	124
Lampiran 8 Hasil Uji Karakteristik Responden	126
Lampiran 9 Hasil Uji Kategorisasi.....	127
Lampiran 10 Hasil Uji Deskriptif	128
Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas	129
Lampiran 12 Hasil Uji Linieritas	130
Lampiran 13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	131
Lampiran 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	132
Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Berganda	133